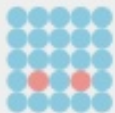




DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN EKSEKUTIF	i
LEMBAR PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP PENULIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.1 Aspek Afeksi dan Kognisi	11
2.1.2 Aspek Perilaku	11
2.1.3 Aspek Lingkungan	12
2.1.4 Hubungan Antar Elemen	13
2.2 Urutan Perilaku Pembelian Konsumen	23
2.2.1 Kontak Informasi	23
2.2.2 Akses Dana	25
2.2.3 Kontak Toko	26
2.2.4 Kontak Produk	26
2.2.5 Transaksi	27
2.2.6 Konsumsi	27
2.2.7 Komunikasi	28
2.3 Bauran Pemasaran	28
2.3.1 Produk	29
2.3.2 Harga	29
2.3.3 Saluran Distribusi	29
2.3.4 Bauran Promosi	30
2.3.4.1 Periklanan	30

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
 Institut Pemasaran Bogor

MB-IPB

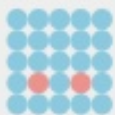
2.3.4.2 Promosi Penjualan	32
2.3.4.2.1 Sampel	33
2.3.4.2.2 Diskon	33
2.3.4.2.3 Bonus	33
2.3.4.2.4 Rabat dan Refund	33
2.3.4.2.5 Sweepstakes	33
2.3.4.2.6 Premium	33
2.3.4.2.7 Kupon	33
2.3.4.3 Penjualan Personal	35
2.3.4.4 Publisitas	36
2.4 Hubungan Perilaku Konsumen dan Bauran Promosi	41
2.5 Riset Pemasaran	41
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	42
2.7 Kerangka Pemikiran Konseptual	45
METODA PENELITIAN	49
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Definisi Operasional	50
3.5 Teknik Pengambilan Contoh	51
3.6 Metode Analisa	52
3.6.1 Tabulasi Deskriptif	52
3.6.2 Model Pengukuran Multiatribut Fishbein	52
3.6.3 Analisis Biplot	53
IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	56
4.1 Sejarah Perusahaan	56
4.2 Visi, Misi Dan Filosofi Perusahaan	58
4.3 Struktur Organisasi	59
4.4 Produk-Produk PT. Indofood Frito-Lay	61
4.4.1 Segmen Pasar Anak-Anak	61
4.4.1.1 Chiki	61
4.4.1.2 Yoyo	62
4.4.1.3 Tenny	63
4.4.2 Segmen Pasar Remaja	63
4.4.2.1 Cheetos	63
4.4.2.2 Jet-Z	63
4.4.3 Segmen Pasar Dewasa Dan Keluarga	64
4.4.3.1 Chitato	64
4.5 Proses Pembuatan Chitato	64
4.6 Bauran Pemasaran	67
4.6.1 Product	67
4.6.2 Price	69



4.6.3 Place	69
4.6.4 Promotion	72
V. HASIL PENELITIAN	76
5.1 Identitas Responden	76
5.2 Perilaku Konsumen Makanan Ringan	82
5.3 Pembahasan Perilaku Konsumen Makanan Ringan	119
5.4 Perilaku Konsumen Makanan Ringan Chitato	123
5.5 Keunggulan Chitato	125
5.6 Pengaruh Produk Makanan Ringan Pesaing Terhadap Perilaku Konsumen Chitato	126
5.7 Strategi Bauran Promosi Chitato	128
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	132
6.1 Kesimpulan	132
6.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	138

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Tabel Industri Makanan Ringan di Indonesia	2
2.	Tabel Jenis dan Sumber Data	50
3.	Keragaan Responden Berdasarkan Usia	76
4.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
5.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	78
6.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	80
7.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Sehari-hari	81
8.	Keragaan Responden Berdasarkan Pengalaman Mengkonsumsi Makanan Ringan	82
9.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Tidak Pernah Mengkonsumsi Makanan Ringan	83
10.	Keragaan Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Makanan Ringan	84
11.	Keragaan Responden Berdasarkan Kesukaan Jenis Makanan Ringan	85
12.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Memilih Makanan Ringan Tradisional	86
13.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Memilih Makanan Ringan Modern	87
14.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Perbulan	88
15.	Keragaan Responden Berdasarkan Tempat Mengkonsumsi Makanan Ringan Modern	89
16.	Keragaan Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Makanan Ringan Modern	90
17.	Keragaan Responden Berdasarkan Aktivitas Yang dilakukan Ditempat Penjualan Makanan Ringan Modern	91
18.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Langsung Memilih Makanan Ringan Modern	92
19.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Tidak Melakukan Pembelian Langsung	93

© Hak Cipta Milik IPB



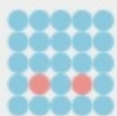
MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



20.	Keragaan Responden Berdasarkan Faktor Yang Mempengaruhi Alasan Keputusan Pembelian	94
21.	Keragaan Responden Berdasarkan Cara Memutuskan Pembelian	95
22.	Keragaan Responden Berdasarkan Rasa Makanan Ringan Yang Paling Disukai	96
23.	Keragaan Responden Berdasarkan Sumber Informasi Promosi ...	97
24.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Chitato	99
25.	Keragaan Responden Berdasarkan Tanggapan Iklan Promosi Chitato	100
26.	Keragaan Responden Berdasarkan Pilihan Rasa Utama Chitato ..	101
27.	Keragaan Responden Berdasarkan Kemasan Chitato Yang Disukai	102
28.	Keragaan Responden Berdasarkan Alternatif Tindakan Keputusan Pembelian	103
29.	© Evaluasi Sikap Responden Terhadap Atribut Produk Makanan Ringan	106
30.	Skor Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Atribut Produk Makanan Ringan Merek Chitato	108
31.	Skor Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Atribut Produk Makanan Ringan Merek Mister Potato	110
32.	Skor Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Atribut Produk Makanan Ringan Merek Pringles	111
33.	Skor Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Atribut Produk Makanan Ringan Merek Hottest	113
34.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan	114
35.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan Berdasarkan Usia	115
36.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan Berdasarkan Jenis Kelamin	115
37.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan Berdasarkan Jenis Pekerjaan	116
38.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan Berdasarkan Jenis Pendidikan	116
39.	Skor Fishbein Berbagai Merek Produk Makanan Ringan Berdasarkan Tingkat Pengeluaran	117
40.	Keunggulan Relatif Atribut Produk Chitato Terhadap Merek Lainnya	127





DAFTAR GAMBAR

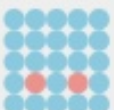
Nomor	Teks	Halaman
1.	Lingkaran Analisa Konsumen	13
2.	Urutan Perilaku Pembelian Konsumen	28
3.	Cakupan Riset Pemasaran	41
4.	Kerangka Pemikiran Konseptual	48
5.	Struktur Organisasi PT. Indofood Frito-Lay	60
6.	Alur Proses Produksi Kentang Menjadi Chitato	67
7.	Keragaan Responden Berdasarkan Usia	77
8.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
9.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	79
10.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	80
11.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Sehari-Hari....	81
12.	Keragaan Responden Berdasarkan Pengalaman Mengkonsumsi Makanan Ringan	82
13.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Tidak Pernah Mengkonsumsi Makanan Ringan	83
14.	Keragaan Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Makanan Ringan	84
15.	Keragaan Responden Berdasarkan Kesukaan Jenis Makanan Ringan ..	85
16.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Memilih Makanan Ringan Tradisional	86
17.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Memilih Makanan Ringan Modern	87
18.	Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Perbulan	89
19.	Keragaan Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Makanan Ringan Modern	90
20.	Keragaan Responden Berdasarkan Aktifitas Yang dilakukan Ditempat Penjualan Makanan Ringan Modern	91
21.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Langsung Memilih Makanan Ringan Modern	92
22.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Tidak Melakukan Pembelian Langsung	94
23.	Keragaan Responden Berdasarkan Faktor Yang Mempengaruhi Alasan Keputusan Pembelian	95
24.	Keragaan Responden Berdasarkan Cara Memutuskan Pembelian	96
25.	Keragaan Responden Berdasarkan Rasa Makanan Ringan Yang Paling Disukai	97



26. Keragaan Responden Berdasarkan Sumber Informasi Promosi	98
27. Keragaan Responden Berdasarkan Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Chitato	99
28. Keragaan Responden Berdasarkan Pilihan Rasa Utama Chitato	101
29. Keragaan Responden Berdasarkan Jumlah Chitato Yang Dibeli	102
30. Keragaan Responden Berdasarkan Alternatif Tindakan Keputusan Pembelian	104
31. Kedudukan Relatif Keempat Produk Makanan Ringan	118

© Hak Cipta Milik IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

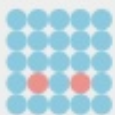


DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Untuk Responden Makanan Ringan	139
2.	Code Book Kuesioner Responden Makanan Ringan	146
3.	Ringkasan Hasil Penelitian	156
4.	Skor Fishbein Per Atribut	163

© Hak Cipta Milik IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.